

mit dem Erfolg der Fachbuchförderung im Hinblick auf die Berufsausbildung der Facharbeiter und auf die zusätzliche Umsatzsteigerung der Buchhandelsunternehmen besaßen.

Unmittelbar Bezug auf die Praxis nahm eine Seminarübung über ein Kalkulationsbeispiel aus der »Zeitschrift für Deutschlands Druckgewerbe« vom 8. April 1939. Gegenstand der Kalkulation war ein wissenschaftliches Werk im Format Din A 5, Umfang 25 Bogen zu 16 Seiten.

»Die Landflucht, ihre Ursachen, Gefahren und Methoden der Bekämpfung unter Berücksichtigung der Aufgabe des Buchhandels« betitelt sich ein Referat, in dem diese für unser Volk so brennende Frage eingehend erörtert wurde. Im Mittelpunkt stand der Bericht eines Journalisten über eine Unterredung mit einem Berliner Metallarbeiter, der früher Landarbeiter war.

In Anwesenheit des Autors, Dr. Erich Thier, besaßte sich das Seminar ferner mit dessen Buch »Gestaltwandel des Arbeiters im Spiegel seiner Lektüre«. Dieser »leserkundliche Beitrag zur Volksforschung« untersucht auf Grund von Erfahrungen der Städtischen Bücherhallen zu Leipzig die Wandlungen der geistigen Gestalt der werttätigen Volksgenossen von 1918—1937. Die Aussprache zeigte, wie wichtige Folgerungen gerade der Buchhandel aus den Feststellungen dieser ebenso gründlichen wie anschaulichen Arbeit ziehen kann.

An Hand reichen Anschauungsmaterials wurde schließlich die Werbung der Essener Verlagsanstalt untersucht. Das Referat bewies, daß die Essener Verlagsanstalt neben den üblichen, für den Buchhandel bewährten Werbearten eine

ganze Reihe neuartiger und betriebseigener Werbeideen hervorgebracht hat.

Im Sommersemester gehörten dem Seminar regelmäßig 19 männliche (darunter 1 Ausländer) und 4 weibliche (darunter 1 Ausländerin) Mitglieder an. Von den männlichen waren 16, von den weiblichen 3 gleichzeitig im Buchhandel oder einem nahestehenden Erwerbszweig praktisch tätig.

Auch im vergangenen Semester sind uns wieder Geschäftsberichte von Großunternehmen des Buchhandels für unser Archiv zugegangen, für die wir an dieser Stelle danken. Unser Dank gilt ferner jenen Betrieben, die dem Wunsch des Seminars nach Anschauungsmaterial für einige Übungen bereitwillig und verständnisvoll entgegenkamen. Bei dieser Gelegenheit sprechen wir die Bitte aus, uns von Festschriften, Firmengeschichten, Antiquariatskatalogen und dergleichen ein Stück für die Bücherei und den Handapparat des Seminars zur Verfügung zu stellen.

Der Kampf Großdeutschlands um sein Lebensrecht machte Anfang September eine Verfügung des Reichsministers für Wissenschaft, Erziehung und Volksbildung notwendig, daß neben anderen Hochschulen auch die Handels-Hochschule zu Leipzig bis auf weiteres geschlossen bleibt. Die Bekanntgabe, wann das Seminar für Buchhandelsbetriebslehre seine Arbeit wieder aufnehmen kann, erfolgt rechtzeitig an dieser Stelle. Die Verwaltung des Seminars bleibt aufrechterhalten, sodaß Anfragen jederzeit Erledigung finden. Bernhard Wendt.

Die Alterscheinung: ein Werbeprobem?

Eine Entgegnung

Es ist gewiß eine dankenswerte Aufgabe, der sich Herr Willy Thiel mit seiner Untersuchung in Nr. 196 des Börsenblattes vom 24. August unterzogen hat. Dankenswert und bedeutsam schon allein deshalb, weil es sich hierbei um ein ideelles Problem im Interesse der großen Lesergemeinde des deutschen Buches handelt und — insbesondere mit den Augen des Verlegers gesehen — auch bis zu einem erheblichen Grade um eine Frage der Wirtschaftlichkeit.

Die Ausführungen von Herrn Thiel gipfeln in der Auffassung, daß ein Anfang von seiten der Verlage gemacht werden muß. In diesem Punkt nun gehen unsere Ansichten auseinander, wenn ich auch betonen möchte, daß ich für seine Darlegungen bis zu einem gewissen Grade volles Verständnis habe. Eine Lösung allerdings, die allen Teilen Nutzen bringen soll, kann in der vorgeschlagenen Form, die nach meiner Meinung zu sehr vom Standpunkt des Sortimenters formuliert wurde, wohl nur unbefriedigend erreicht werden.

Die erste Schwierigkeit liegt in der Bewertung älterer ausgezeichnete Werke. Wenn ich von der näheren Nachprüfung dieser Frage absehen will, so einfach deshalb, weil jeder Verleger mindestens einen großen Teil seiner älteren Veröffentlichungen als gut bezeichnen wird.

Nehmen wir also an, es beständen hinsichtlich der für derartige nachträglich sich wiederholende Herausstellungen geeigneten Werke keine Zweifel, so bieten doch nur — wie Herr Thiel durchaus richtig erkannt hat — größere Verlagsverzeichnisse oder Zusammenstellungen bestimmter verlegerischer Arbeitsgebiete Möglichkeiten für eine solche Werbung. Daß aber Werbemittel dieser Art erhebliche Kosten verursachen und daher meist auch nicht in übermäßig hohen Auflagen hergestellt zu werden pflegen, ist wohl unbestritten. Ein Sonderprospekt für ein älteres Werk wird allenfalls nur dann zu vertreten sein, wenn das als gut erkannte Buch auch gleichzeitig ein Erfolgsobjekt ist. Dabei sind jedoch viele Bücher, die nur wenig bekannt sind, die besten, und manches andere Buch verdankt seine hohe Auflage nicht immer seinem inneren Wert.

Auf das Fachbuch möchte ich in diesem Zusammenhang nicht näher eingehen. Obwohl auf diesem Verlagsgebiet die Dinge noch wesentlich eindeutiger sind, können sie aber noch viel schwieriger auf der Ebene zwischen Verlag und Sortiment in zufriedenstellender Weise geregelt werden.

Der Kern der Sache ist darin zu erblicken, daß ein verhältnismäßig hoher Prozentsatz der Kollegen vom Sortiment — ich leugne durchaus nicht, daß es viele rühmliche Ausnahmen gibt — sich fast ausschließlich dem Verkauf von Neuerscheinungen und einiger weniger sogenannter »Schlager« widmet und mancherlei, zum Teil auch wohlberechtigte Gründe für die Unmöglichkeit einer Änderung dieser Sachlage ins Feld zu führen weiß. Dabei ist aber der Sortimenter in unvergleichlich höherem Maße nicht nur berufen, sondern auch in der Lage, durch seinen unmittelbaren Kontakt zu den Käuferschichten dem älteren, als wertvoll erkannten und daher auch auf eine längere Zeitdauer hinaus förderungswichtigen Buch den Weg stetig zu bahnen. Hier müßte der Hebel angelegt werden, und es gibt — wie das Beispiel mancher rühriger und interessierter Kollegen eindeutig beweist — unter allen Umständen zahlreiche Wege und Möglichkeiten, dem erstrebenswerten Ziel einer Sicherung des Dauerabfahes wirklich guten Schrifttums ein gutes Stück näherzukommen.

Als kleines Beispiel mögen die Weihnachtskataloge herangezogen werden. Es ist kein Geheimnis, daß viele Sortimenter sich nicht darauf einlassen, ältere wertvolle Bücher trotz entsprechender Bemühungen der Verleger aufzunehmen. Umfang, Gewicht, Einheitlichkeit und sonstige Einwände sind zu hören. Wäre es aber nicht oftmals besser, auf manche Neuerscheinung zugunsten eines älteren Wertes zu verzichten?

Dazu kommt noch ein nicht zu unterschätzender Gesichtspunkt: um wieviel höher wird der unvoreingenommene Bücherfreund das objektive Urteil des Buchhändlers bewerten als die Empfehlung des Verlegers, die — wenn sie überhaupt eine solche sein soll — immer nur die positive Seite der Kritik herausstellen wird. Anders der Sortimenter: er wird vom Buchkäufer stets